

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan pada dunia usaha terhadap *facial wash* amatlah pesat, sehingga persaingan pada setiap perusahaan begitu ketat, dan berbagai macam usaha juga dilakukan agar mampu bersaing dengan kompetitor yang ada. Suatu perusahaan harus mempunyai rangkaian acara dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya serta meningkatkan jumlah pelanggannya. Suatu jasa ataupun produk bisa dinyatakan gagal apabila tidak bisa memberikan suatu kepuasan pada pembeli dalam kualitas produk.

Persaingan dalam bisnis memaksa setiap produsen untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian dari konsumen, apalagi untuk produk yang digunakan sehari-hari, dalam hal mencuci wajah ada berbagai alternatif yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk memilih *facial* apa yang cocok digunakan pada wajah di setiap harinya. Konsumen melihat dari berbagai macam *facial wash* yang beredar di pasaran. Dari hasil observasi, ada banyak pemakai *facial wash*, baik tua ataupun muda, laki-laki atau perempuan. Bahkan semua kalangan, termasuk para santri pondok pesantren juga memakai *facial wash* untuk menjaga kesehatan wajah.

Pondok pesantren adalah tempat belajar non formal yang dikhususkan untuk umat Muslim. Adanya pesantren di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting, yang didalamnya tempat untuk belajar dan mengajar mengenai ilmu agama. Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan

tertua saat ini, dan juga dianggap sebagai produk budaya yang khas. Istilah pondok memiliki arti asrama, yang mana asrama digunakan sebagai tempat tinggal sederhana. Sesuai dengan namanya, pondok berarti tempat menginap dan pesantren memiliki arti tempat para santri mengaji ilmu agama Islam.

Santri merupakan sebutan bagi seseorang yang menimba ilmu agama Islam dan menetap di pondok pesantren hingga pendidikannya selesai. Santri juga disebut sebagai julukan kehormatan yang menjunjung tinggi kehormatan, namun tidak bisa dipungkiri bahwa dampak negative juga sering mendominasi masyarakat, khususnya di lingkungan remaja.¹ Pondok pesantren sudah banyak menyebar dimana-mana. Pada kecamatan Patianrowo terdapat beberapa pondok pesantren, berikut data pondok pesantren yang ada di Patianrowo :

Tabel 1.1
Pondok Pesantren yang ada di Kecamatan Patianrowo, Nganjuk

Nama Pondok Pesantren	Tahun Didirikan	Jumlah
Al-Barokah	1992	309
Sunan Kalijaga	1999	437
An-Nur	2001	256

Sumber : Data hasil observasi (2022)

Dari tabel diatas dapat kita ketahui beberapa pondok pesantren yang ada di kecamatan patianrowo kabupaten nganjuk. dari hasil pengamatan yang telah peneliti jalankan pada pondok pesantren yang telah disebutkan diatas,

¹ Slamet, Agus, *"Implementasi Teknik Behavioral dalam Menangani Santri Indisipliner"* (Bandung: Universitas Islam Negeri Bandung, 2020), http://digilib.uinsgd.ac.id/32811/4/4_bab1.pdf diakses pada tanggal 09 November 2022, pukul 14.19 wib.

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga, bertempat di desa Pakuncen, kecamatan Patianrowo, kabupaten Nganjuk. karena di pesantren tersebut masih banyak diminati sebagai tempat pendidikan, selain itu disana juga dilengkapi dengan beberapa instansi dari mulai PAUD sampai dengan Madrasah aliyah.

Seiring dengan perkembangan zaman yang menuntut masyarakat untuk terus mengejar kemajuan modern, tidak terkecuali seorang santriwati. Bagian yang cukup penting untuk menunjang penampilan seorang wanita salah satunya ialah kulit, baik kulit wajah ataupun tubuh. Terlebih pada usia produktif yang memiliki kegiatan sehari-hari diluar ruangan dan mempunyai aktivitas padat haruslah memperhatikan perawatan kulit wajah atau *Skin Care*. Dalam usia produktif, perawatan wajah sangat diperlukan agar kulit wajah terasa lebih segar dan sehat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa perawatan kulit wajah atau *Skin Care* bisa dilakukan dengan beberapa rangkaian, salah satunya yaitu penggunaan *Facial Wash* yang mana sangat diminati oleh semua kaum wanita yang memiliki aktivitas yang padat. Tidak terkecuali seorang santriwati, kulit wajah mereka juga membutuhkan asupan *Skin Care* untuk merawat kulit mereka. *Skin Care* bisa dikatakan sebagai salah satu kebutuhan mereka untuk menjaga kebersihan, dengan adanya kegiatan-kegiatan atau ekstrakurikuler yang berada diluar, yang menyebabkan kulit wajah terasa kusam. Karena *Facial Wash* memang berguna untuk membantu membersihkan kulit wajah dari debu dan juga bakteri yang ada diluar sekaligus untuk mencerahkan kulit wajah.

Pondok Pesantren Sunan Kalijaga merupakan pondok pesantren salafi modern yang terletak di desa Pakuncen, kecamatan Patianrowo, kabupaten Nganjuk. Pondok pesantren Sunan Kalijaga didirikan oleh KH. Dr. Qomari Syaifullah, M. Ag. Pada tahun 1999. Dalam pondok pesantren Sunan Kalijaga terdapat juga santriwati yang tinggal didalam asrama, adapun beberapa yang santriwati yang memilih untuk pulang pergi, karena jangkauan rumah dari pesantren sangat dekat. Namun, dalam penelitian ini obyek yang digunakan adalah santriwati yang menginap atau mondok di asrama. Hal tersenut digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penggalian data yang diperlukan. Yang perlu diketahui disana santrinya diajarkan untuk hidup sederhana dan juga mengedepankan tirakat, ilmu kethabiban, hafalan Al-Qur'an, dan lainnya. Tetapi pada penelitian ini, penulis hanya terfokus terhadap santriwati atau santri putri. Berikut data jumlah santriwati pondok pesantren sunan kalijaga:

Tabel 1.2
Data Santriwati Pondok Pesantren Sunan Kalijaga Pakuncen,
Patianrowo, Nganjuk.

Tingkat	Jumlah Santriwati
UlaA	55
Ula B	43
WusthaA	38
Wustha B	29
Aqabah	60
Jumlah	225

Sumber :Data hasil observasi (2022)

Berdasarkan hasil observasi tersebut, di dalam pondok pesantren Sunan Kalijaga terdapat 225 santriwati (santri putri). Yang dikelompokkan dalam 3 kelas berdasarkan data kelas Madin (Madrasah Diniyah), dimana 55 santriwati kelas ula A, dan 43 santriwati kelas ula B atau setara dengan kelas 1 Aliyah, kemudian ada 38 santriwati kelas Wustha dan ada 29 santriwati kelas wustha B atau setara dengan kelas 2 Aliyah, dan yang terakhir ada 60 santriwati kelas Aqabah atau bisa disebut kelas 3 Aliyah.

Pada paparan diatas telah disebutkan bahwa di pondok pesantren sunan kalijaga juga memiliki pendidikan formal seperti SMP Islam Terpadu sampai dengan Madrasah Aliyah, dimana didalam kegiatan sekolah juga ada ekstrakurikuler salah satunya ialah Pramuka, yang mana dalam kegiatan tersebut mereka baik santri maupun santriwati diwajibkan untuk mengikuti ujian penempuhan Regu, Gudep bahkan sampai Laksana. Dimana kegiatan tersebut berlangsung di luar ruangan yang berhadapan dengan sinar matahari dan juga debu-debu polusi diluar.

Kebersihan dalam kehidupan sehari-hari, merupakan salah satu kunci utama untuk merawat kesehatan, selain itu kebersihan juga menggambarkan suatu keimanan seseorang. Hal tersebut sesuai dengan hadist yang memiliki makna sebagai berikut "*Kebersihan adalah Sebagian dari Iman*". Kebersihan bukan hanya dilihat dari segi pakaian, lingkungan dan kebersihan tubuh. Namun, Kebersihan wajah juga merupakan salah satu pusat perhatian orang lain, ketika wajah terlihat segar dan berseri maka seseorang juga akan nyaman. Apalagi bagi seorang santri, yang mana mereka harus di didik mandiri untuk menjaga tubuh mereka. *Facial wash* merupakan salah satu

alternatif yang dipakai oleh seorang santri untuk menjaga kebersihan dan juga kelembapan wajah mereka.

Seiring dengan adanya peristiwa tersebut maka terbukalah ruang usaha bagi pembuat produk kecantikan khususnya *Facial Wash* sehingga dapat memperluas bisnis, akan tetapi para produsen harus cermat untuk memantau perubahan perilaku customer, yang kemudian nantinya dapat mencegah perubahan perilaku tersebut, guna sebagai referensi untuk memperbaiki strategi pemasaran dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penilaian pada seseorang dapat menggambarkan suatu kepuasan mengenai kinerja suatu produk, apabila efek produk tidak memenuhi ekspektasi, maka customer akan merasa tidak puas bahkan kecewa. Begitu juga sebaliknya apabila efek produk sesuai dengan ekspektasi, maka akan memberikan rasa puas terhadap customer, pelanggan akan merasakan kepuasan. Dari kepuasan tersebut seorang konsumen akan merasakan manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.²

Selain itu, jika dilihat dari sudut pandang seorang produsen yang memiliki keinginan untuk mendapatkan sebuah produk yang memiliki kualitas sesuai dengan harga yang di bayarkan, meskipun ada sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang mempunyai kualitas. Kualitas produk yang baik serta harga yang standart

²Philip Kotler dan Kevin Killer, *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga, Jilid Satu* (Jakarta: Airlangga, 2008), 14.

merupakan suatu keputusan tersendiri bagi seorang customer dalam membeli suatu barang.³

Kualitas produk adalah suatu kemampuan pada produk yang menjalankan fungsinya. Pada Kualitas produk memiliki keterkaitan pada kepuasan pembeli, dikarenakan suatu produk yang mempunyai kualitas serta sebanding dengan harga yang akan dibayarkan maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk tersebut, sehingga konsumen juga akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Perasaan senang ataupun kecewa pada seseorang yang timbul akibat membandingkan hasil (kinerja) pada produk yang telah dipikirkan terhadap kinerja produk yang akan di harapkan merupakan suatu kepuasan pada konsumen.

Pada umumnya jenis *Facial Wash* yang dijual di dalam area pondok (kepontren) atau toko-toko yang berdekatan dengan area pondok memiliki banyak produk, yakni produk yang sering dipakai para santriwati seperti P'nd's, glow and lovely, emina, dan kojiesang. Sehingga para santri dapat mudah untuk memilih produk apa yang sesuai dengan kebutuhan kulit wajah mereka. maka dari itu peneliti menjalankan observasi kepada santriwati PP. Sunan Kalijaga untuk dapat mengetahui suatu jenis *facial wash* yang digunakan. Berikut tabel hasil penelitian merek *facial wash* yang dipakai oleh santriwati pondok pesantren sunan kalijaga.

³Ummu Habibah dan Sumiati, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura* Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 1 No. 1, (2016)

Tabel 1.3
Data Merek *FacialWash* Santriwati PP. Sunan Kalijaga
Pakuncen, Patianrowo, Nganjuk.

Merek FacialWash	Santriwati Yang Memakai
Pond's	120
Glow and Lovely	65
Emina	25
Kojiesang	15
Jumlah	225

Sumber : Hasil observasi 2023

Pada tabel yang telah di paparkan diatas, *facial wash* yang banyak digunakan oleh santriwati PP. Sunan Kalijaga adalah *facial wash* dengan merek Glow and Lovely, yaitu sebanyak 65 santriwati, kemudian 120 santriwati menggunakan *facial wash* dengan merek Pond's, 25 santriwati menggunakan *facial wash* dengan merek Emina, lalu 15 santriwati menggunakan *facial wash* dengan merek Kojiesang.

Facial Wash Pond's merupakan salah satu *facial wash* yang cukup populer, dengan dilengkapi Milk Essence dan Brightening vitamin yang cocok digunakan setiap hari untuk wajah cerah seketika, kulit terasa halus serta mengangkat kotoran yang menyebabkan kekusaman. Dari beberapa tabel diatas yang diperoleh dari hasil observasi, nampak terlihat jelas, bahwa *Facial Wash* yang digunakan oleh para santiwati PP. Sunan Kalijaga ialah *Facial wash* dengan Merek Pond's, hal tersebut terjadi karena para santriwati merasa cocok dengan kualitas produk tersebut. Selain itu, facial wash pond's memiliki ukuran yang sangat variatif dari yang ukuran saku yaitu seberat 9

gram, ukuran sedang seberat 50 gram, dan ukuran besar seberat 100 gram.

Hal tersebut merupakan salah satu hal yang membedakan dengan facial wash

lainnya yang cenderung memiliki ukuran saku dan besar. Berikut indikator

kualitas produk yang digunakan oleh peneliti :

Tabel 1.4
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Keterangan	Wujud
	<i>Form</i> (kualitas tekstur)	Bentuk atau struktur fisik yang dapat disentuh panca indera	Memiliki busa yang banyak, lembut serta butiran scrub untuk membantu membersihkan kulit wajah
	<i>Feature</i> (pelengkap)	Pelengkap yang berupa alat pengukur kecerahan untuk menambah suatu pengalaman.	Adanya alat pengukur kecerahan, sehingga dapat mengetahui seberapa tingkat kecerahan
	<i>Customization</i> (varian produk)	Konsumen dapat mengolah atau memilih sesuai dengan harapan.	Adanya pilihan varian yang sesuai jenis kulit.
Kualitas Produk (X)	<i>Conformance Quality</i> (kualitas dari produk)	Kesesuaian dengan spesifikasi yang telah diberikan.	Terbagi untuk beberapa jenis kulit.
	<i>Durability</i> (usia produk)	Daya tahan atau batas akhir dari suatu produk	Tertera kode produksi dan expired.
	<i>Reliability</i> (keamanan)	Kemungkinan kecil terjadinya kerusakan.	Kemasan yang fleksibel dan tutup yang tidak mudah terbuka.
	<i>Design</i> (kemasan)	Tampilan yang sesuai dengan produk.	Ada beberapa ukuran dari 9gr, 50gr dan 100 gr.

Sumber : Indikator Kualitas Produk menurut Kotler dan Keller.

Facial Wash Pond's memiliki kualitas produk yang tidak kalah dengan produk lainnya, seperti kualitas tekstur yang ringan yang dapat dirasakan di wajah, selain itu juga dilengkapi dengan alat pengukur kecerahan, sehingga kita dapat langsung mengetahui seberapa tingkat kecerahan yang ada. Kemudian konsumen juga dapat memilih sesuai dengan kebutuhan wajah yang diperlukan, karena Pond's memiliki beberapa varian. Selanjutnya dalam produk facial wash Pond's memiliki fitur keamanan produk, sehingga dapat dipastikan tidak ada kerusakan pada produk tersebut. Facial Wash Pond's juga memiliki daya tahan yang cukup lama yaitu sekitar 1 tahun, serta produk facial wash Pond's juga memiliki kesesuaian produk yang sama halnya dilakukan saat promosi. dan kemasan atau *Desain* yang diberikan cukup fleksibel sehingga dapat menarik minat beli konsumen. *Facial Wash* Pond's di gunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh para santriwati yang memakainya dan juga melakukan pembelian ulang produk

Pembelian ulang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang konsumen, kepuasan konsumen juga suatu keunggulan terpenting yang mampu memprediksi perilaku berikutnya. Hal tersebut menggambarkan perasaan konsumen tentang pengalamannya.⁴ Pembelian ulang adalah salah satu faktor penting, karena pembelian ulang menggambarkan tentang tingkah laku konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak pada produk atau jasa, dan siap untuk melakukan

⁴ Siyamtinah, Hendar, "Meningkatkan Pembelian ulang Melalui Kepercayaan dan Kepuasan pada Pembelian Online" (Universitas Diponego, 2015), 440.

pembelian ulang dalam menggunakan produk.⁵ Berikut data jumlah pembelian ulang *Facial Wash Pond's* :

Tabel 1. 5
Data Jumlah Pembelian Ulang *Facial Wash Pond's*

No.	Jumlah Pembelian Ulang	Responden
1.	1 Kali	-
2	>3 kali	120
3	Jumlah	120

Data tabel diatas menunjukkan bahwa 120 responden telah melakukan pembelian ulang lebih dari 1 kali. hal ini menunjukkan bahwa, konsumen *facial wash Pond's* merasa puas dengan produk *Facial Wash Pond's*, karena syarat kepuasan pelanggan adalah ketika konsumen telah membeli produk lebih dari 1 kali.

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai hasil evaluasi suatu pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah di beli, apabila konsumen tidak puas terhadap produk tersebut, maka konsumen akan mencari produk yang sesuai dengan harapan konsumen tersebut, dan tidak sedikit pula konsumen menjatuhkan citra merek dari produk yang tidak sesuai dengan harapan⁶. Berikut data faktor yang mendorong kepuasan konsumen⁷ yaitu kualitas produk ialah adalah karakteristik daripada produk atau jasa yang

⁵ Ayu Wardani, Sri Hartono, dan Eny Kustiyah, "*Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening ditinjau dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Pasar Triwindu Surakarta*" (Universitas Batik Islam Surakarta, 2020), 192.

⁶ Vincent Gaspers, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1996) 117.

⁷ Oktaviana, Tantri W, dan Suhaji, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah(Studi Kasus pada Nasabah PT. Asransi Sequis Life Semarang)*" (STIE Widya Manggala Semarang, 2021), 55

berguna untuk memuaskan pelanggan, kemudian Harga yaitu sejumlah uang yang dijadikan sebagai alat tukar pada pembelian produk atau jasa. Lalu Emosi yakni suatu faktor yang akan ditemui oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Selanjutnya ada Biaya yaitu suatu faktor dimana seorang konsumen akan merasa puas, apabila konsumen merasa mudah dalam menjangkau produk tersebut, yang terakhir ada dan Pelayanan yaitu suatu faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang konsumen apabila seorang konsumen mendapatkan jasa atau pelayanan yang sesuai dengan harapan. Berikut data yang dapat digunakan sebagai faktor dalam kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's* :

Tabel 1.6
Data Faktor Kepuasan Konsumen *Facial Wash Pond's*

No.	Faktor Kepuasan Konsumen	Responden
1.	Kualitas Produk	104
2.	Harga	12
3.	Emosi	-
4.	Biaya	-
5.	Pelayanan	-
	Jumlah	120

Sumber : Data hasil Penelitian 2023

Dari pernyataan diatas, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan Konsumen terbesar pertama yakni di pengaruhi oleh kualitas produk yang nyatakan dengan 104 responden. Kemudian faktor yang kedua di pengaruhi oleh harga, dengan 12 responden. Lalu. maka faktor kualitas produk

merupakan faktor yang sangat familiar serta memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 104 responden lebih memilih faktor kualitas produk. Konsumen memperhatikan kualitas produk karenan memang kulit wajah merupakan aset penting dalam anggota badan. Alasan dari mereka memilih *Facial Wash Pond's* karena kualitas produk yang baik, kualitas produk yang terkandung dalam *Facial Wash Pond's* memang sangat baik dan bagus untuk menjaga kesehatan wajah, selain itu *Facial Wash Pond's* memiliki tekstur yang sangat lembut, memiliki kelengkapan pengukur kecerahan, daya tahan yang cukup lama, serta memiliki kesesuaian dengan informasi yang diberikan.

Facial Wash Pond's juga memiliki beberapa kandungan vitamin, seperti vitamin B3 yang dapat mencerahkan dan tentunya membuat kulit menjadi lebih sehat dan juga elastis. Tidak hanya B3, namun *Facial Wash Pond's* juga mengandung Milk Essence dan Brightening yang dapat menyamarkan noda hitam dan juga meratakan warna kulit jika dipakai secara rutin dan teratur. Kandungan tersebut sangat dibutuhkan oleh seseorang yang beraktivitas diluar, sehingga kulit wajah mereka akan lebih sehat dan tidak kusam, hal tersebut merupakan salah satu kebutuhan santriwati yang juga merangkap sebagai siswa yang bernaung dalam pondok pesantren sunan kalijaga.

Bedasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Facial Wash Pond's* (studi pada konsumen santriwati Pondok Pesantren Sunan Kalijaga, Desa Pakuncen, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk *Facial Wash Pond's* menurut santriwati di ponpes Sunan Kalijaga pakuncen patianrowo nganjuk?
2. Bagaimana kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's* menurut santriwati di ponpes Sunan Kalijaga pakuncen patianrowo nganjuk?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's* pada santriwati di ponpes Sunan Kalijaga pakuncen patianrowo nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk *Facial Wash Pond's* pada santri putri pondok pesantren Sunan Kalijaga Pakuncen Patianrowo Nganjuk.
2. Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen *Facial Wash Pond's* pada santri putri pondok pesantren Sunan Kalijaga Pakuncen Patianrowo Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's* pada santriwati di ponpes Sunan Kalijaga pakuncen patianrowo nganjuk.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai penambah ilmu serta wawasan khususnya dalam bidang peningkatan kepuasan konsumen yang memerlukan beberapa kajian sehingga dapat mencapai tahap kesempurnaan, serta diharapkan untuk mendapatkan paparan yang jelas mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di santri putri pondok pesantren Sunan Kalijaga.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi pengetahuan juga wawasan serta menambah kemampuan untuk melaksanakan sebuah penelitian ilmiah.

b. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengaruh tersendiri untuk perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui Kualitas Produk.

c. Bagi Akademik

Hasil pada penelitian ini diharapkan bisa untuk memberikan suatu pengetahuan dan juga dapat menambah referensi pada penelitian, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, sehingga penelitian ini bisa untuk dijadikan referensi penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

1. Sripsi Luluk Dwi Nur Rahmasari, mahasiswi jurusan ekonomi syariah bisnis dan islam, IAIN Kediri, angkatan 2014, yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*”.⁸ metode yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah metode dengan pendekatan Kuantitatif, yang menggunakan alat yang digunakan pada penelitian tersebut ialah uji Instrumen, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Ganda, dan Uji Hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel kualitas pelayanan dan juga harga menunjukkan kategori cukup, selain itu untuk kepuasan konsumen juga menunjukkan kategori cukup. Sedangkan

⁸ Luluk Dwi Nur Rahmasari, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*” (Kediri : IAIN Kediri, 2014)

secara uji analisis pada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang kuat, hal tersebut dapat dibuktikan dari output yang di peroleh nilai $\text{sig} 0,000 < 0,05$ dan nilai pearson correlation sebesar 0,765 (nilai positif) maka H_a diterima dan H_0 di tolak.

2. Skripsi Mei Ferra Fadillah, mahasiswi jurusan ekonomi syariah, IAIN Kediri angkatan 2012, yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Griller (studi kasus pada konsumen PRIMA Freshmart Pondok Jati, Kecamatan Buduran, Kabupaten sidoarjo)*".⁹ metode yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah metode dengan pendekatan Kuantitatif, yang menggunakan alat yang digunakan pada penelitian tersebut ialah uji Instrumen, Analisis deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Ganda, dan Uji Hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut ialah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ayam griller di PRIMA Freshmart pondok jati, melalui uji koefisiensi determinasi dapat diketahui bahwa R Square sebesar 0,681 yang artinya variabel bebas kualitas produk (X) dapat diterangkan dan mempengaruhi variabel terikat kepuasan konsumen (Y) sebesar 68,1%. Sisanya 31,9% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu kualitas layanan, harga, emosi dan biaya.
3. Penelitian Dheni Dinaya Supit, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019, yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan*".¹⁰

⁹ Mei Ferra Fadillah, "*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Griller (studi kasus pada konsumen PRIMA Freshmart Pondok Jati, Kecamatan Buduran, Kabupaten sidoarjo)*" (Kediri : IAIN Kediri, 2012)

¹⁰ Dheni Dinaya Supit, "*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan*" (Universitas Negeri Yogyakarta, 2019)

metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan kuantitatif, serta alat yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah Analisis Deskriptif, Uji Prasyarat Analisis, dan Pengujian Hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut bahwa masih ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang, seperti citra merk, lokasi, diferensiasi produk dan promosi.

4. Penelitian Irwan Budi Efendi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013, yang berjudul "*Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, dan Merek Pembersih Muka Garnier terhadap Kepuasan Konsumen*".¹¹ metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan kuantitatif, serta alat yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah Analisis Deskriptif, Uji Prasyarat Analisis, dan Pengujian Hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut bahwa kualitas, harga dan merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pembersih muka garnier. Terbukti dengan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $165,849 > 2,68$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa di duga kualitas, harga dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya.
5. Penelitian Abdulloh Majid, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019, yang berjudul, "*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang*

¹¹ Irwan Budi Efendi, "*Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, dan Merek Pembersih Muka Garnier terhadap Kepuasan Konsumen*" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013)

Jawa Tengah Dalam Perpektif Ekonomi Islam".¹² metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan kuantitatif, serta alat yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Sederhana dan uji Hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut ialah bahwa kualitas poduk mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,312 yang berarti bahwa jika kualitas poduk semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan, dan hasil perhitungan Regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dipeoleh sebesar 0,464. Hal tersebut berarti 46,4% variasi variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk.

¹² Abdulloh Majid, "*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perpektif Ekonomi Islam*" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019)

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam suatu penelitian¹³ oleh sebab itu kalimat pada rumusan masalah penelitian disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan serta perlu di uji kebenarannya.

1. Hipotesis (Ha) : “ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's*.”
2. Hipotesis (Ho) : “tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Facial Wash Pond's*.”

¹³Dominikus Dolet Unardjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atama Jaya, 2019), 93.